

## RINGKASAN EKSEKUTIF

**RIKE PENTA SITIO**, 2011. Formulasi Strategi Pengembangan Agrowisata Gunung Mas yang Berkelanjutan dengan Menggunakan Pemetaan Rantai Nilai. Dibawah bimbingan **E. GUMBIRA SA'ID** dan **AGUS MAULANA**.

---

Pengembangan agrowisata sesuai dengan kapabilitas, tipologi, dan fungsi ekologis lahan akan berpengaruh langsung terhadap kelestarian sumber daya lahan dan pendapatan petani serta masyarakat sekitarnya. Kegiatan tersebut secara tidak langsung akan meningkatkan persepsi positif petani serta masyarakat sekitarnya akan arti pentingnya pelestarian sumber daya lahan pertanian. Pengembangan agrowisata pada gilirannya akan menciptakan lapangan pekerjaan, karena usaha tersebut dapat menyerap tenaga kerja dari masyarakat pedesaan, sehingga dapat menahan atau mengurangi arus urbanisasi yang semakin meningkat saat ini. Pemain kunci dalam agrowisata adalah petani, pengunjung, dan pemerintah. Peran bersama dengan interaksi mereka adalah penting untuk menuju keberhasilan dalam perkembangan agrowisata.

Agrowisata Gunung Mas adalah suatu Unit Bisnis dari PTP Nusantara VIII. PT. Selain sebagai kebun budidaya dengan tujuan penambahan sumber penerimaan perusahaan, hamparan kebun teh yang luas disertai kesejukan hawa pegunungan merupakan salah satu daya tarik Kawasan Agrowisata Gunung Mas.

Dalam pengembangannya Agrowisata Gunung Mas memiliki peran dalam meningkatkan ekonomi daerah, terutama peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal sebagai bagian dari prinsip agrowisata dengan meminimalkan dampak kerusakan terhadap lingkungan. Pengembangan Agrowisata Gunung Mas tidak terlepas dari keterkaitan dari usaha-usaha lain yang terkait di sepanjang rantai nilai agrowisata Gunung Mas. Pendekatan rantai nilai pariwisata yang berpihak kepada rakyat kecil merupakan cara berpikir yang mencoba menggeser pola pikir dari hanya suatu proyek yang sekedar mengekang pasar menjadi pola pikir yang memberikan dampak yang berarti pada pasar. Rantai nilai yang dimaksudkan adalah berbagai kegiatan yang dibutuhkan untuk membawa wisatawan ke tempat tujuan wisata dengan menyediakan semua layanan jasa yang dibutuhkan (akomodasi, catering, dan biro perjalanan). Pendekatan ini memungkinkan masyarakat kecil untuk ikut berpartisipasi di berbagai titik kunci rantai nilai sehingga menambah penghasilan masyarakat itu sendiri.

Dengan demikian, perlu dilakukan penelitian mengenai dampak adanya pengembangan agrowisata Gunung Mas, baik dari aspek ekonomi, sosial dan budaya berdasarkan persepsi masyarakat dan mengetahui dampak pengembangan agrowisata dikaji dari tingkat pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Hasil tersebut akan digunakan sebagai bagian dari alternatif strategi pengembangan kawasan agrowisata Gunung Mas yang berkelanjutan.

Penelitian ini menggunakan data yang terdiri dari data primer dan data sekunder, dimana pengumpulan data primer dilakukan dengan cara observasi

dan wawancara dengan menggunakan kuesioner. Data sekunder didapatkan dari dinas dan instansi terkait dengan penelitian ini diantaranya adalah BPS, Dinas Pariwisata, dan Kelurahan Tugu Selatan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemetaan rantai nilai dimulai dari perencanaan wisata yang dilakukan oleh wisatawan, transportasi yang digunakan ke tujuan wisata, akomodasi yang ditempati, restoran dan sarana hiburan yang dikunjungi, hingga pengalaman berwisata di tujuan wisata. Bentuk pola pengendalian rantai global yang terjadi pada rantai nilai Agrowisata Gunung Mas dapat tergolong dalam jenis hubungan rantai nilai global *relational* yang hubungannya seimbang antara pemasok dan pembeli. Dampak pengembangan agrowisata di aspek ekonomi, dampak yang paling penting yang dirasakan oleh masyarakat yang memanfaatkan pariwisata adalah penerimaan pajak daerah. Hal ini ditunjukkan dari skor yang tinggi yaitu, 199 dengan 66 persen masyarakat menyatakan kesetujuannya mengenai dampak ekonomi positif dari penerimaan pajak daerah yang bertambah, sedangkan untuk masyarakat yang tidak memanfaatkan pariwisata dampak ekonomi yang paling penting adalah sarana public yang makin banyak dengan adanya pengembangan pariwisata, dengan skor 203. Dampak sosial budaya yang paling tinggi nilainya pada masyarakat yang aktif memanfaatkan pariwisata adalah dampak positif yang menyatakan bahwa dengan adanya pengembangan pariwisata adalah kesadaran masyarakat untuk meningkatkan pendidikan dengan skor 171. Masyarakat yang tidak memanfaatkan pariwisata menilai maraknya prostitusi dan adanya kesadaran masyarakat meningkatkan pendidikan dengan skor 161 merupakan dampak penting bagi masyarakat.

Dampak lingkungan yang dirasakan oleh masyarakat yang memanfaatkan potensi pariwisata maupun yang tidak memanfaatkan potensi pariwisata relatif sama. Skor tertinggi untuk dampak positif lingkungan adalah kawasan wisata agro Gunung Mas ikut membantu melestarikan lingkungan dengan skor 199 untuk masyarakat yang ikut memanfaatkan potensi pariwisata dan 198 untuk yang tidak memanfaatkan potensi pariwisata. Dampak negatif yang dirasakan oleh masyarakat adalah kemacetan lalu lintas dengan skor masyarakat yang memanfaatkan potensi pariwisata sebesar 199 dan yang tidak memanfaatkan potensi pariwisata dengan skor 196.

Tingkat kesejahteraan yang mempunyai berpengaruh signifikan antara masyarakat yang tidak memanfaatkan pariwisata dan yang memanfaatkan pariwisata adalah pengeluaran rumah tangga dengan nilai  $X^2$  sebesar 19,766 dan pendidikan dengan nilai  $X^2$  sebesar 20,657. Nilai matriks IFE adalah 2,898 dan nilai matriks EFE adalah 3,582 yang menandakan bahwa kinerja unit bisnis agrowisata Gunung Mas berada di posisi sedang dan mampu menangkap peluang yang ada dan secara kuat memanfaatkan peluang tersebut. Di sisi lain, unit bisnis Agrowisata Gunung Mas mampu mengatasi pengaruh dari ancaman lingkungan eksternal.

Dari hasil matriks TOWS, alternatif strategi peningkatan rantai nilai adalah strategi S-O: pengembangan dan pemeliharaan potensi wisata. strategi W-O: Peningkatan koordinasi dengan semua pihak terkait (*stakeholder*) dalam

memanfaatkan sumber daya alam (SDA) dan SDM yang ada dan promosi serta pemasaran wisata; strategi S-T Peningkatan kualitas dan peranan SDM di wilayah Tugu Selatan, Pengembangan sarana transportasi dan fasilitas pendukung, dan Mengedepankan pendidikan lingkungan serta strategi W-T dengan penerapan pola kemitraan usaha lokal yang berkesinambungan dengan PTPN VIII yang dikontrol pemerintah daerah dan Bekerjasama dengan pihak-pihak yang berwenang untuk mengatasi masalah lingkungan. Formulasi strategi yang dipilih untuk diusulkan dalam implementasi perusahaan adalah Strategi W-O.

Berdasarkan hasil penelitian maka disarankan kepada unit bisnis agrowisata Gunung Mas, untuk meningkatkan pengembangan kawasan wisata yang berkelanjutan adalah dengan memperbaiki kinerja melalui *product upgrading*, *functional upgrading*, dan *channel upgrading*. Selain itu juga diharapkan untuk senantiasa melibatkan masyarakat sebagai mitra kerja perusahaan. Dengan demikian, keberlanjutan dari unit bisnis agrowisata dapat terjaga.

Oleh karena keberlanjutan unit bisnis agrowisata akan mempengaruhi berbagai aktor yang terlibat dalam rantai nilai, sebaiknya Unit bisnis Agrowisata PTPN VIII perlu melakukan kerja sama yang sinergis sehingga setiap pelaku bisnis dapat berperan lebih optimal dalam menjaga keberlanjutan dari rantai nilai agrowisata Gunung Mas yang pada akhirnya di masa mendatang tetap dapat dinikmati dan kehidupan masyarakat lokal.

Kata Kunci: masyarakat lokal, keberlanjutan, pariwisata, kesejahteraan, rantai nilai, SWOT, Kawasan Agrowisata Gunung Mas

